

Galerías de arte

Conceptos, historias
y otras particularidades

Pedro Marín Boza

Galerías de arte

Conceptos, historias
y otras particularidades

1.ª edición: 2024

Directora de la colección: Estrella de Diego

Imagen de cubierta: Galería Ponce+Robles, Madrid. Cortesía de Raquel Ponce y José Robles

Diseño de cubierta: INGenius

© Pedro Marín Boza, 2024

© Ediciones Cátedra (Grupo Anaya, S. A.), 2024

Valentín Beato, 21. 28037 Madrid

www.catedra.com

ISBN: 978-84-376-4813-2

Depósito legal: M. 15.129-2024

Impreso en España - *Printed in Spain*



Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

*Para Mercedes y Pedro,
mis padres, por ser
el referente de todo*

*Para Ricardo, mi marido,
por ser la ilusión para todo*

Índice

INTRODUCCIÓN. La malograda historia de las galerías de arte.....	13
CAPÍTULO 1. ¿Qué es una galería de arte? Olvidos y malentendidos en el devenir histórico.....	15
Definición del término.....	18
¿Cuáles son las funciones de una galería de arte?.....	21
Primer y segundo mercado.....	36
CAPÍTULO 2. ¿Por qué son importantes las galerías?.....	41
Las invisibles.....	43
Nuevos horizontes.....	49
La política.....	53
Las innovaciones.....	56
Lo social.....	57
El gusto.....	59
El mecenazgo y patrocinio.....	60
La confianza.....	61
Si no existieran, habría que inventarlas.....	63
CAPÍTULO 3. Escenarios necesarios. Ferias y bienales como nuevo para- digma de difusión.....	67
¿Qué es una feria de arte contemporáneo?.....	69
El efecto dominó.....	72
¿Cómo funcionan las ferias?.....	76
Destacadas: ferias de primera y segunda generación.....	79

CAPÍTULO 4. Nada es lo que parece. El <i>cuvo blanco</i> y otros consensos.....	99
¿A qué nos enfrentamos cuando nos enfrentamos al <i>cuvo blanco</i> ?.....	102
¿Por qué <i>cuvo blanco</i> en lugar de rosa o negro?	104
¿Qué vemos cuando vemos arte?	108
¿Cómo se ha pasado de la taxonomía decimonónica al aséptico <i>cuvo blanco</i> ?.....	109
CAPÍTULO 5. Los primeros pasos del galerismo.....	119
¿Qué factores originaron las galerías de arte?	124
Las primeras galerías.....	128
La vanguardia y otras complicaciones.....	133
Particularidades españolas.....	145
CAPÍTULO 6. Especialización e internacionalización de la profesión durante el siglo XX	157
El impulso necesario	164
Gradiva, <i>la que avanza</i>	167
Panorama español.....	179
Galerías versus instituciones	181
Efecto mariposa.....	183
Triada capitolina	187
CAPÍTULO 7. Consolidación y nuevos horizontes. El presente líquido	197
Capitalismo y ciudadanía en busca de sublimación: nuevas cartografías	199
Herramientas de apoyo exterior	203
Accesibilidad digital y digitalización	205
Descentralización de los circuitos.....	208
Artista versus coleccionista/mercado	209
La pionera.....	212
De tal palo, tal astilla	215
La galería Frankenstein.....	220
El gigante	223
España <i>is not so different</i>	226
Eludiendo el fracaso	228
Mecenas al cuadrado.....	233

CAPÍTULO 8. Juego de equívocos: fortalezas y retos. ¿Cuál es el futuro de las galerías de arte?	241
El gigante Goliat y David	243
Amenazas pasajeras.....	249
Cuestión de comunidad.....	254
La unión hace la fuerza.....	256
Nuevas aspiraciones.....	258
 BIBLIOGRAFÍA	 265



1. Exposición de Pablo Picasso en la Sala Gaspar, Barcelona, 1960.
Cortesía Archivo Elvira Farreras

Introducción

LA MALOGRADA HISTORIA DE LAS GALERÍAS DE ARTE

¿Qué significa cultura sino obtener de la tosca materia de la vida, a fuerza de halagos, sus ingredientes más exquisitos, más delicados y sutiles a través del arte y del amor? (Zweig, 2018: 33)

El presente texto nace de la necesidad de conocer a las grandes olvidadas de la historia: las galerías de arte. Primer eslabón del arte contemporáneo, las galerías de arte son las intermediarias necesarias entre la pulsión creativa y el reconocimiento de la obra de arte. Son la antecámara de los museos de arte contemporáneo; ellas proponen aquello que, más tarde, legitimarán los museos convirtiéndolas en agentes activos del relato cultural y de los parámetros estéticos más innovadores.

Lugares de acceso gratuito, las galerías de arte son fundamentales para dar a conocer las propuestas artísticas de su tiempo y, con ello, activar los mecanismos de difusión y reflexión sobre las nuevas tendencias plásticas. Son avales de la creación artística —certifican la valía del artista—, lugares para la emancipación intelectual a través de sus argumentos teóricos, creadoras de contenidos plásticos, espacios para el cuestionamiento de postulados hegemónicos e inclusión de los relatos *otros* [1].

Sin embargo, no tienen presencia en el relato histórico ni en el artístico, como pone de manifiesto la exigua bibliografía específica. Todo

parece fruto de un malentendido. Artistas, colecciones, museos, sistemas expositivos y todas las disciplinas que enlazan con la historia del arte poseen numerosos estudios epistemológicos; no obstante, las galerías de arte carecen de acercamiento alguno. Para ser más exactos, solo se abordan los estudios sobre galerías de arte en términos comerciales; el mercado del arte es el único ámbito en el que suelen aparecer investigaciones. El malentendido se vuelve incómodo si tenemos en cuenta el crisol de materias que de ellas nacen.

Partiendo de la idea psicoanalítica de deshacer el relato para (re)construirlo y, entonces, comprenderlo, planteamos diferentes preguntas para vertebrar la historia y el devenir de las galerías de arte en tres bloques. El primero aborda cuestiones técnicas sobre la metodología y la organización de las galerías partiendo de una pregunta básica: ¿qué es una galería de arte? El segundo se ocupa de la faceta histórica, organizada en dos etapas fundamentales, el siglo XIX de creación y el siglo XX de profesionalización e internacionalización. Finalmente, el tercer bloque se centra en el panorama actual y las expectativas de futuro. ¿Cómo funcionan las galerías de arte? ¿Por qué son importantes? ¿Cuáles y cómo son los escenarios en los que desarrollan su actividad? ¿Cuál ha sido su evolución histórica? ¿En qué momento nos encontramos? ¿Cuál es el futuro?

Existen muchos tipos de galería de arte: arte antiguo, librerías que venden arte contemporáneo, tiendas de decoración con apartados de arte actual, galerías de barrio, etc. En este libro nos centramos en las que conforman los circuitos internacionales de arte contemporáneo, es decir, las que participan en ferias y bienales conformando el relato artístico legitimado, aquellas que fagocitan las tendencias artísticas *avant la lettre*. Sin desmerecer el resto de las propuestas, aquí abordamos lo que Nacho Ruiz llama *Mercado A*: «el contemporáneo de cada época, el que asume el riesgo de la creación de su tiempo en detrimento del mercado general» (AA.VV., 2013: 139).



CAPÍTULO 1

*¿Qué es una galería de arte?
Olvidos y malentendidos
en el devenir histórico*



2. *El Mundo* de Carlos Aires, galería Sabrina Amrani, Madrid, 2023.
Cortesía del artista y Sabrina Amrani

La historia de las galerías de arte se encuentra trufada de olvidos. Borradas del relato histórico, las galerías se ven abocadas a no aparecer ni siquiera en la definición del término «galerismo», y tampoco están amparadas por una legislación específica. La falta de formación específica para galeristas, la juventud de las asociaciones y federaciones, el desconocimiento generalizado sobre la profesión y el descuidado acercamiento de la historiografía, basado en exclusiva en su vertiente comercial, propician un confuso panorama en el que abunda el equívoco [2].

Un ejemplo paradigmático del olvido sobre galerismo es el acontecido con los descubridores de Picasso en París. ¿Por qué solo se habla de Vollard como gran marchante de Picasso en su primer periodo? ¿O de Kahnweiler como galerista de los fauvistas? La galerista Berthe Weill no solo había exhibido al malagueño antes de 1901, sino que volvió a mostrar, en una exposición organizada por Pere Mañach en 1902, sus trabajos, en los que se presentaban las primeras telas del periodo azul (Le Morvan, 2011: 61). También Weill expuso en 1905, antes de que tuviera lugar el Salón de otoño, a los fauvistas, Matisse, Manguin o Marquet. Como bien recoge el libro *Escritos de arte de vanguardia 1900/1945* de Ángel González, Francisco Calvo y Simón Marchán: «el lugar de confluencia sería la famosa galería de Berthe Weill» (Calvo, González y Marchán, 2009: 42). Empeñada en apoyar a los más jóvenes, Weill supuso el apoyo necesario para el inicio de muchas carreras artísticas: «Pionera, es la primera mujer que se atrevió a ampararse en el oficio de galerista y la única que promovió los principios de la nueva generación de pintores a los que sus colegas no prestaban atención» (Le Morvan, 2011: 7). Sin embargo, sus propios coetáneos la escamotearon del relato.

Vollard no la mencionó ni una vez en sus memorias, publicadas en 1946, a pesar de tener un capítulo dedicado en la autobiografía de Weill publicada en 1933.

El olvido no es voluntario, al menos aparentemente, pero las circunstancias lo propician. La ambigüedad de las funciones del galerista, que van de lo comercial a lo social pasando por lo público y lo privado, crea el caldo de cultivo perfecto para que el olvido aparezca como el «descuido de algo que debería estar presente». Es precisamente en la ausencia de algo que debería ser fuente de estudio donde reside nuestro interés.

Las dificultades epistemológicas del galerismo se ven reforzadas por multitud de malentendidos persistentes: interpretaciones erróneas —al valorar solo la parte comercial de las galerías—, falsas expectativas —visibilidad y beneficio de los artistas—, asimilar lo evidente como verdadero —exposición como único relato— y evidenciar las contradicciones que siempre llevan aparejada la subjetividad de aquellos trabajos que no son obvios —importancia de los contactos personales, poder de convicción, dotes de comunicación, recursos, etc. La complejidad y la subjetividad de un mundo aparentemente sencillo constituyen el nudo gordiano en el que se camuflan los olvidos y las confusiones que afectan a las definiciones y las condiciones legislativas y financieras de las galerías.

El olvido es, por otra parte, capital para (re)crear, desde los supuestos psicoanalíticos, el relato: «La auténtica historia, la que cuenta, la que importa, se suele escribir a partir de lo que falta, igual que el buen relato empieza siempre desde lo que no se ha podido decir o se ha olvidado. En el fondo, la Historia se organiza a través de lo que se excluye; lo que se pierde. Sin pérdida no hay relato, dice el psicoanálisis. Sin pérdida no hay historias, ni Historia» (De Diego, 2009: 15). Lo inexistente, la falta, lo excluido, la periferia, es precisamente el punto de partida para abordar la historia de las galerías de arte, que, en definitiva, se encuentran excluidas del relato canónico.

DEFINICIÓN DEL TÉRMINO

Empecemos por el principio: la palabra. Empezamos mal; nos damos de bruces con el exiguo término «galerista» definido por la Real

Academia de la Lengua Española como: «Dueño o gestor de una galería de arte». No se especifica tipología, cronología, tendencia plástica, formación, ni línea discursiva de la galería, dejando la ambigüedad a merced de la confusión. Dando un paso más, aparece el descuido. El término «galerismo» ni siquiera es recogido en el Diccionario de la Lengua Española. Ya dijo el filósofo George Steiner: *aquello que no se nombra no existe*. La invisibilidad de la profesión queda evidenciada o, peor aún, diezmada, como bien recoge la definición de «marchante»: «comerciante, especialmente el que comercia con obras de arte». Aquí reside la base de la confusión: limitar la actividad galerística a su labor comercial, olvidando su importante función pública, social y artística. No obstante, la confusión se complica replicando olvidos, como los términos necesarios para indicar la ciencia que estudia las galerías, que podrían ser «galeriología» —inspirándonos en el término «museología», como ciencia que estudia las galerías— y «galeriografía» —parangonable con «museografía», conjunto de técnicas y prácticas relativas al funcionamiento de una galería.

En el marco jurídico en el que se delimitan las galerías, vuelve a aparecer el olvido. La legislación española plantea en el preámbulo de la Constitución de 1978 su voluntad de: «promover el progreso de la cultura y de la economía para asegurar a todos una digna calidad de vida»; aún más, la Carta Magna, en su artículo 44.1, añade: «los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho». Sin embargo, es curioso constatar que ni la Carta Magna ni el resto de legislación recoge la definición de galería de arte en el panorama español, problema generalizado en otros países como Francia, entre otros, lo que evidencia la falta de interés de las administraciones públicas por poner el foco en ello (Verlaine, 2019: 216).

Almudena Gómiz Maceín aludía en las 7.^{as} Jornadas de Museología a este problema:

En todo nuestro ordenamiento jurídico español no figura definición legal alguna de la actividad desarrollada por el mercado del arte. La carencia de normativa reguladora del sector como tal, específica y de ordenación, supone que tengamos que encuadrar su naturaleza jurídica dentro de nuestro derecho positivo común, de tal forma que debemos remitirnos a la

Ley 7/1996 de 15 de enero de ordenación del comercio minorista, entre otras normas, en función, principalmente, de si nos encontramos ante un mercado del arte primario o secundario (Gómiz, 2014: 31).

Esta omisión crea confusión al enfrentarnos a las galerías de arte, que no solo no están definidas sino que se regulan por la jurisdicción del comercio minorista o comercio al por mayor e intermediarios del comercio. Si son consideradas por la legislación meros comercios, ¿cómo podemos pretender valorar su pulsión de servicio público a través del apoyo, patrocinio, mecenazgo, promoción y divulgación de las artes plásticas?

Sin definición y sin legislación que las ampare, solo podemos recurrir a la Ley 16/1985 de 25 de junio de Patrimonio Histórico Español para afinar una posible definición, tomando como modelo la de museo recogida en el artículo 59.3: «Son museos las instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y conservación, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural». No parece descabellado partir de la idea de museo: «Cualquier lugar relacionado con la cultura (entendido como depositario de un conjunto de imágenes, pero también como definidor de comunidades y como lugar de reflexión y discusión conectado con todas las esferas de la vida) asume funciones antes asociadas al museo» (Jiménez-Blanco, 2014: 16). Ahora bien, del mismo modo que la definición de museo ha quedado obsoleta, como remarcó François Mairesse en las jornadas dedicadas a las nuevas definiciones museísticas impartidas en la Sorbonne Nouvelle en junio de 2017 y publicadas por el ICO-FOM, el reto consiste en redefinir los museos y apremiar al ingenio para definir —finalmente— las galerías de arte. Pero todavía queda mucho para adentrarnos en estos terrenos.

Llegados a este punto, solo queda volver la mirada a lo que existe para poder reflexionar sobre lo que falta. Tomaremos los cinco pilares que vertebran los museos para definir las galerías: adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben. Lo que falta es la faceta comercial, que paradójicamente es la más destacada por la historiografía. Las galerías también venden.